



2015年12月期（第56期）第2四半期 株式会社ミルボン 決算説明資料



2015 年7月1日

Copyright © 2015 Milbon. All rights reserved.

目次



- P2** 連結 経営成績
- P3-6** 連結 部門別売上高
- P7** オージュアについて
- P8** 連結 貸借対照表(グラフ)
- P9** 連結 損益計算書
- P10** 連結 設備投資等の推移
- P11** マーケット関連資料&フィールドパーソンの推移
- P12-13** 国別の状況
- P14-17** 2015年度(第56期)の進捗について

連結 経営成績（第2四半期累計期間）



ヘアケア部門と海外市場が順調に推移し売上を牽引

（単位：百万円）

	金額		前期 増減額	前年同期比 (%)
	前期実績	当期実績		
売上高	12,173	13,074	901	107.4
売上総利益	8,436	9,138	701	108.3
販管費	6,292	6,768	476	107.6
営業利益	2,144	2,370	225	110.5
経常利益	1,981	2,270	289	114.6
四半期純利益	1,190	1,444	254	121.4

連結 部門別売上高 [ヘアケア用剤部門] ①



CMADK配合のエイジングケア、アウトバス商品が引き続き好調

(第2四半期累計期間)

(単位:百万円)

前期実績	当期実績	前期増減額	前年同期比(%)
6,865	7,655	790	111.5

- ・ 年齢を重ねていくと同時に「キレイへのもどかしさ」を感じる大人世代と、「周りから見られた自分」を意識し始める20代半ばの若い世代に向けて、一人ひとりのお客様の悩みに応える美容師力(高い専門性と人間的な魅力)をサポートする活動を展開しています。
 - ・ 昨年度高い評価を受けたオリジナル毛髪補修成分「CMADK」配合の商品やエイジングケア関連の商品が引き続き好調なことに加え、今年4月に発売した20代半ばの若い世代向けのヘアケア「ジェミールフラン」が順調な滑り出しとなっています。
- ※CMADK配合商品:「ディーセス エルジュエダ エマルジョン」「オー ज्या イミュライズラインシリーズ」「ジェミールフラン」等。

新製品紹介

プラーミア

リファイニングシリーズ

年齢を重ねて変化した地肌と、エイジング毛を同時にケアするサロンメニュー



販売目標	販売実績	進捗率
5億円	1億3千万円	26.0%

1月29日発売

ディーセス

デイチャーム UVミスト

心地いい香りで日差しからカラーデザインを守るUVトリートメント



販売目標	販売実績	進捗率
1億8千万円	1億円	55.8%

2月26日発売

連結 部門別売上高 [ヘアケア用剤部門] ②



新製品紹介

ジェミールフラン シャンプー&トリートメント

働く20代女性の、キレイが変化するタイミングでケアに目覚めるスイッチを入れる新ヘアケアブランド。潤いをたっぷり髪に閉じ込め、キューティクルを整え、絡まらない動きやすい髪へ導きます。

販売目標	販売実績	進捗率
4億円	2億49百万円	62.4%

4月21日発売



連結 部門別売上高 [染毛剤部門]



追加色による提案活動と、新グレイカラー剤の投入で売上が上昇

(第2四半期累計期間)

(単位:百万円)

前期実績	当期実績	前期増減額	前年同期比 (%)
4,397	4,606	209	104.8

- 2015年春夏のトレンドに合わせた新色を発売し、ヘアデザイナーのサロン顧客へのトレンドカラー提案を支援する活動を、引き続き積極的に展開しています。
- 5月に新カラー剤「オルディーブ クリスタル」を市場に投入しました。従来のグレイカラー剤では難しかった明るい色で根元から毛先まで均一に染めることを実現にした商品で、市場から高い評価を得ております。

新製品紹介

オルディーブ追加色 イノセントライン

無彩色で創る優しいツヤが
透明感あるピュアさを表現します。



販売目標	販売実績	進捗率
5億円	3億69百万円	73.9%

1月29日発売

オルディーブ クリスタル

大人のロングヘアが、根元から毛先まで均一に輝くハイブリッドカラー。ファッションカラーの明るさで、黒髪と白髪を均一に染め、美しい色持ちを実現します。



販売目標	販売実績	進捗率
7億4千万円	2億53百万円	34.3%

5月28日発売

連結 部門別売上高 [パーマネントウェーブ用剤部門]



海外で展開は堅調に推移するも、全体としては減少

(第2四半期累計期間)

(単位:百万円)

前期実績	当期実績	前期増減額	前年同期比(%)
797	718	△ 79	90.1

オージュアについて



エイジングケアニーズの高まりを追い風に、引き続き窓口・売上が拡大

オージュアサロン窓口軒数

2014年度末	2015年度	前期比
2,002軒	2,286軒	127.9%

販売高（第2四半期累計）

2014年度	2015年度	前年同期比
15億52百万円	18億84百万円	121.4%

新製品（新シリーズ・追加アイテム）紹介

エイジングケアシリーズ オーセナムライン

年齢とともにまとまらない髪が生えやすくなる地肌を健康的な髪を育む地肌環境へ整えます。



販売目標	販売実績	進捗率
4億円	91百万円	22.9%

1月30日発売

ブランドコンセプト

日本の風土・文化・毛髪特性から生まれた日本女性の髪的美しさを共に育むヘアケアブランド

オージュアとは

今までのヘアケアを「ヘアケア技術」として進化させることで、一人ひとり違う髪の悩みに、その人だけのヘアケアプログラムで応えること。それが「オージュア」です。

製品構成

お客様の髪質にフィットする幅広いラインナップ

- ・4シリーズ
エイジングケアシリーズ
ヘアケアシリーズ
スカルプケアシリーズ
クライマティックケアシリーズ
- ・14ライン ・90アイテム

エイジングケアシリーズ イミュライズ ジェルステムライザー

CMADKを高配合した、毛髪強度ケア効果を更に高める「先行美容ジェル」



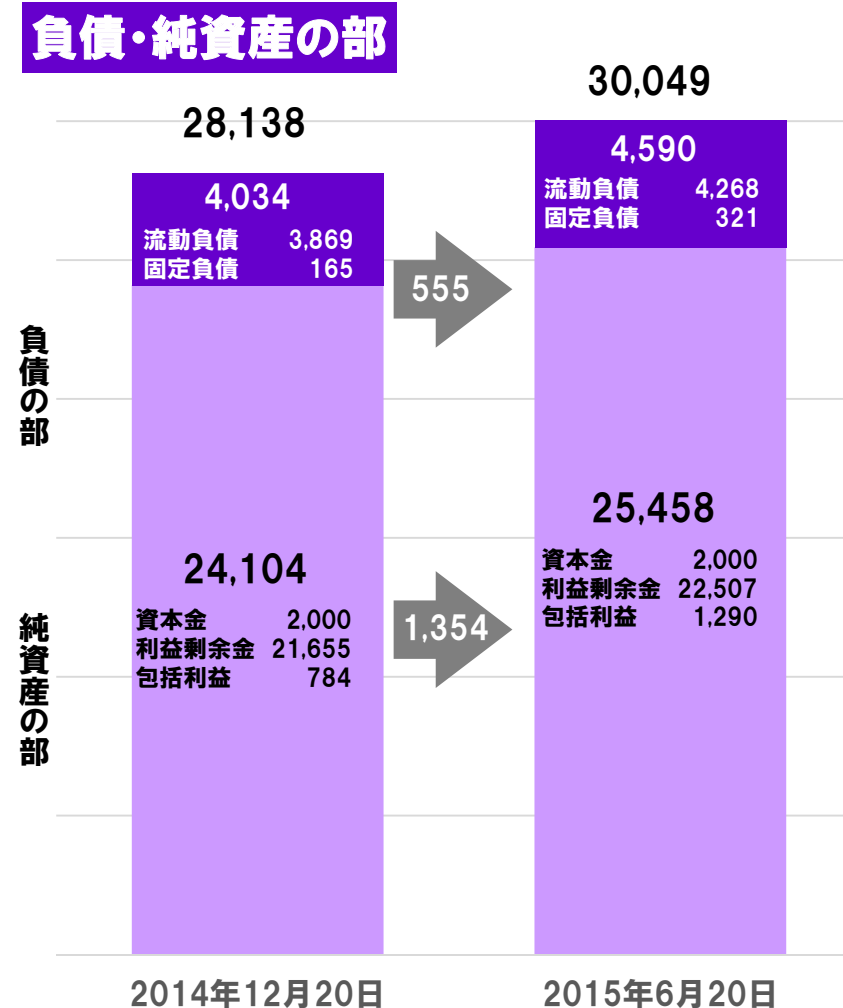
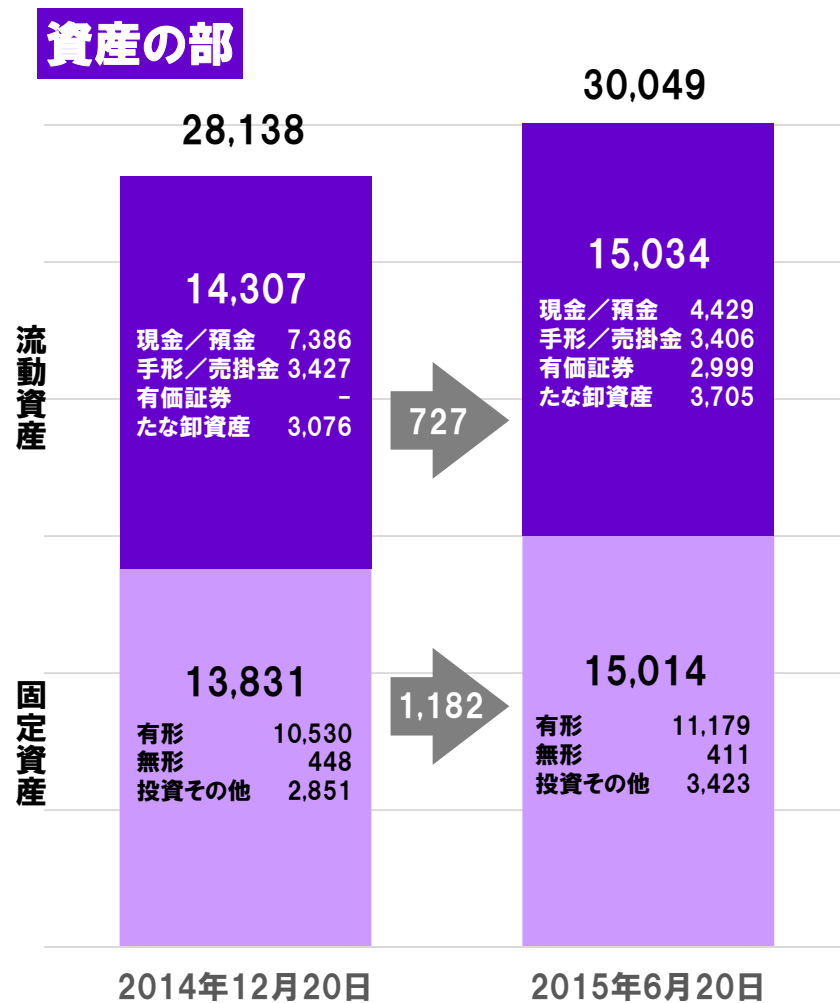
販売目標	販売実績	進捗率
1億円	24百万円	24.4%

4月1日発売

連結 貸借対照表



(単位:百万円)

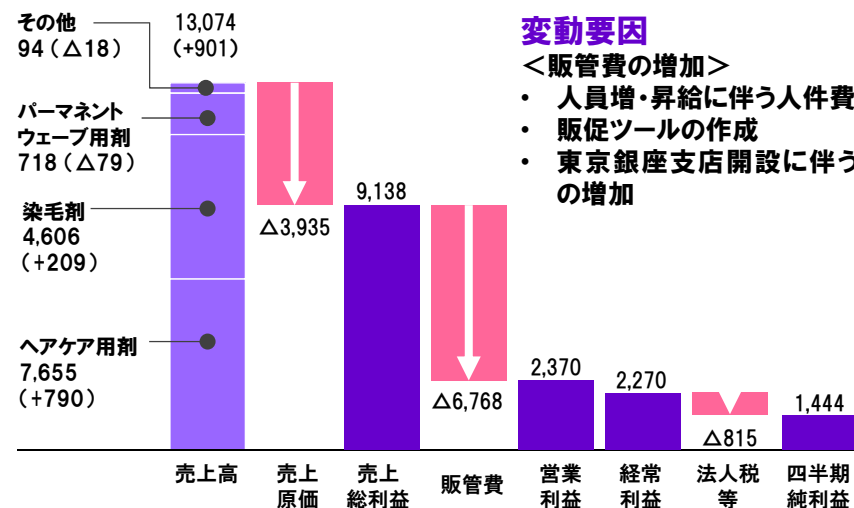


連結 損益計算書（第2四半期累計期間）



（単位：百万円）

	金額		前期増減額	前年同期比 (%)
	前期実績	当期実績		
売上高	12,173	13,074	901	107.4
売上原価	3,736	3,935	199	105.3
売上総利益	8,436	9,138	701	108.3
販管費	6,292	6,768	476	107.6
営業利益	2,144	2,370	225	110.5
経常利益	1,981	2,270	289	114.6
四半期純利益	1,190	1,444	254	121.4



部門別売上高一覧

	前期実績	当期実績	構成比 (%)	前期増減額	前年同期比 (%)
ヘアケア用剤	6,865	7,655	58.6	790	111.5
染毛剤	4,397	4,606	35.2	209	104.8
パーマメントウェーブ用剤	797	718	5.5	△ 79	90.1
その他	113	94	0.7	△ 18	83.5

連結 設備投資等の推移



(単位:百万円)

区 分	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年 1~6月	2015年 予定
設備投資費	528	840	1,680	1,028	1,036	2,652
減価償却費	1,011	947	878	1,004	497	1,062
研究開発費	870	873	969	1,168	573	1,211
研究開発比率	4.3%	4.1%	4.2%	4.8%	4.6%	4.7%

当期 設備投資の主な項目

- ゆめが丘工場隣接地の購入
- 東京銀座支店の開設
- 札幌営業所の移転

マーケット関連資料 & フィールドパーソンの推移



MILBON

マーケットの推移(日本)

(単位 美容室軒数:軒/美容師数:人/美容人口:千人)

	2010年	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年	備考
美容室軒数	223,286	228,429	231,134	234,089	—	—	厚生労働省 衛生行政報告 美容所施設数・従業美容師数(年末)
美容師数	456,872	471,161	479,509	487,636	—	—	
美容人口	39,812	39,640	39,076	38,468	37,847	37,741 (1月1日現在)	総務省統計局 各年10月1日現在人口推計 日本人女性15才~64才人口推計

国別 フィールドパーソンの推移

	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年 2Q
日本	203	221	230	238	241
	95	92	95	95	—
米国 (ミルボンUSA)	9	10	12	12	10
	39	35	36	40	—
中国 (ミルボン上海)	11	15	16	17	17
	11	12	17	25	—
韓国 (ミルボンコリア)	11	13	18	17	20
	30	34	39	64	—
タイ (ミルボンタイランド)	—	—	3	6	6
	—	—	6	8	—
その他地域	4	3	8	11	11
	95	135	55	50	—

上段:
フィールドパーソン人数(人)

下段:
フィールドパーソン1人あたり売上高(百万円)

※2015年6月20日現在 31名研修中
(左表には含まれておりません。)

国別の状況（第2四半期累計期間）



海外市場を中心に売上が順調に推移

	従業員数	売上高(百万円)		前年同期比 (%)	営業 開始年	為替レート	
	FP数	前期実績	今期実績			前期	今期
日本	573	10,959	11,441	104.4	1960年	-	-
	241						
米国 (ミルボンUSA)	14	230	301	130.7	2004年	1\$ = 101.50	116.71
	10						
中国 (ミルボン上海)	23	200	279	139.8	2009年	1元 = 16.63	19.06
	17						
韓国 (ミルボンコリア)	30	487	670	137.4	2009年	1₩ = 0.0951	0.1071
	20						
タイ (ミルボンタイランド)	49	23	47	206.3	2013年	1バーツ = 3.15	3.56
	6						
その他地域 ※1	11	271	333	122.7	-	-	-
	11						

※1:台湾、香港、ベトナム、マレーシア、トルコ、インドネシア、フィリピン、その他

国別の状況（第2四半期累計期間）



〔日本（ミルボン）〕

競争が加速している染毛剤部門において、新グレイカラー「オルディーブ クリスタル」と「ヴィアロドラ カラー」を投入し、市場から高い評価を得ています。

大人世代のニーズに応える製品の投入に加えて、新しく働き始めた20代半ばの若い世代に向けて新ヘアケアブランド「ジェミールフラン」シャンプー & トリートメントを発売しました。「キレイの意識が変化するタイミング」にプロのヘアデザイン・ケアの価値を提供し生涯顧客へとつながる支援活動を開始しました。

〔米国（ミルボンUSA）〕

昨年取引を開始した販売代理店が他州を商圏とする代理店を買収したことにより、東海岸の販売エリアは7州に拡大しました。代理店の営業担当とミルボンUSAの教育営業との協働活動が活発に行われ増収に大きく貢献しています。

2015年1月の値上げに伴う買い込みの反動のため1月の売上は落ちましたが、2月に発売したプラミアヘアセラムが市場で高い評価を得て発売2か月間で計画を200%を上回る売上を達成し、全体として増収となりました。

〔中国（ミルボン上海）〕

地域トップサロン向けに政策発表会及び経営者セミナーを実施し、スタッフ教育や提案活動を強化することにより代理店との関係強化につながっています。また新規エリアとして四川省（成都市）、重慶エリアへ展開をスタートしました。

美意識の高い20-30歳代ターゲットを絞ったオルディーブの新色展開により、染毛剤部門が伸長しました。同時に髪質改善意識も高まっており、サロントリートメントの需要が拡大しヘアケア部門も成長しています。

〔韓国（ミルボンコリア）〕

2月にオルディーブ追加色「マーメイドライン」とアジア限定の「高彩度レッドシリーズ」を発売しました。季節のトレンド情報と共に新色を紹介する集合 & サロン個店教育を数多く実施し、魅力あるオリジナル販促物を用いたデビュー企画で既存のオルディーブ導入サロンから好評です。

教育営業に新人3名を採用し、OJT研修をスタートしました。教育活動の更なる強化に向けて3名の新人育成が順調に進んでおり、販売体制が確実に強化されています。

〔タイ（ミルボンタイランド）〕

販売部門では、大阪で行ったタイメディア向けエルージュ・ダエマルジョン発表会の成果もあり引き続きエマルジョンがリピートにつながり、売上に貢献しました。1月末には日本からヘアデザイナーを迎え、春夏トレンドカラーセミナーの実施。また新色イノセントカラーを日本と同時発売など、日本の美容の最先端情報を配信する立ち位置の確立にむけ、市場展開を進めています。

生産部門では、輸出主力である韓国の認可が下りたことで、1月より輸出額が大幅に増加し、その他の国からの受注も順調に推移しています。

2015年度(第56期)の 進捗について

代表取締役社長 佐藤龍二

2015年度(第56期)の取り組みについて①



■ 国内市場について

1. 市場環境とその対策について

2. ブランド製品群について

➤ オージュア

➤ ヴィラロドラ

2015年度(第56期)の取り組みについて②



■ 海外市場について①

1. 東アジアエリア(ミルボン上海、ミルボンコリア、台湾、香港)

2. 東南アジアエリア(ミルボンタイランド、マレーシア、ベトナム、インドネシア、フィリピン)

タイ工場について

2015年度(第56期)の取り組みについて③



■ 海外市場について②

3. 欧米エリア(ミルボンUSA、トルコ)

■ 最後に

本資料に記載されている業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。